

PENGABDIAN MASYARAKAT MELALUI PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA PARAGE KECAMATAN CIKULUR KABUPATEN LEBAK

Nurul Aini^{1*}, Aurelia Salma Nindita², Nadilla Fadillah³, Nizar Maulana Arif⁴, Surya Ikhtiar Maulana⁵, Lilis Andayani⁶, Muhamad Fajar⁷

^{1*}Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

²Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Bina Bangsa

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

⁴Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

⁵Program Studi Teknik Sipil, Fakultas SAINTEK, Universitas Bina Bangsa

⁶Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

⁷Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Bina Bangsa

Jl. Raya Serang Jakarta KM. 03 No. 1.B (Pakupatan), Kota Serang Banten Indonesia
nurlaini030@gmail.com*, aurelliasalma20@gmail.com, nadilafadillahputricahyadi@gmail.com,
nizarmaulanaarif632@gmail.com, suryaikhtiar18@gmail.com, quenlillisa@gmail.com,
mmuhamadfajar05@gmail.com

(*) Corresponding Author

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in boosting the rural economy by creating jobs, increasing incomes, and strengthening local economic foundations. However, many MSME operators in Parage Village, Cikulur District, Lebak Regency, still face various challenges, such as limited business management skills, restricted digital marketing capabilities, disorganized financial record-keeping, and a lack of product innovation. This Community Service (PKM) initiative aims to enhance the capacity of MSME operators through a program comprising outreach, training, mentoring, and business evaluation. The project employs a participatory approach specifically Participatory Rural Appraisal (PRA) involving the village government, MSME operators, and the community service team. The activity stages include needs assessment, training sessions (covering business management, digital marketing, simple financial record-keeping, and product packaging development), and subsequent monitoring and evaluation. Results indicate an improvement in the participants' knowledge and skills regarding business management, the use of digital media for promotion, and the preparation of simple financial reports. Furthermore, the initiative has fostered community awareness regarding the importance of innovation and collaboration in developing businesses based on local potential. This empowerment program is expected to serve as a model for sustainable rural economic development, driven by synergy among higher education institutions, the village government, and the community.

Keywords: Community Service, Empowerment, MSMEs, Parage Village, Local Economy.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan penguatan ekonomi lokal. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Parage, Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya kemampuan manajemen usaha, keterbatasan pemasaran digital, pencatatan keuangan yang belum tertata, serta minimnya inovasi produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui program penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (Participatory Rural Appraisal/PRA) yang melibatkan pemerintah desa, pelaku UMKM, dan tim pengabdian. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan manajemen usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, pengembangan kemasan produk, hingga monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usaha, memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, serta menyusun laporan keuangan sederhana. Selain itu, kegiatan ini mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inovasi dan kolaborasi dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Program

pemberdayaan ini diharapkan menjadi model pengembangan ekonomi masyarakat desa yang berkelanjutan melalui sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat.

Kata Kunci: Pengabdian kepada Masyarakat, Pemberdayaan, UMKM, Desa Parage, Ekonomi Lokal.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal. Dalam konteks pembangunan desa, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit produksi dan perdagangan, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi rumah tangga serta penggerak aktivitas ekonomi berbasis potensi lokal. Literatur mutakhir menunjukkan bahwa peningkatan kinerja UMKM semakin dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, mengembangkan inovasi, dan mengelola sumber daya secara adaptif (Teng et al., 2022; Octasylya et al., 2022; Siregar et al., 2025).

Desa Parage merupakan salah satu desa di Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten yang memiliki potensi ekonomi cukup besar, terutama pada sektor pertanian, perdagangan, dan usaha rumah tangga. Berdasarkan profil desa, Desa Parage memiliki jumlah penduduk sekitar 2.396 jiwa dengan berbagai potensi ekonomi lokal yang masih dapat dikembangkan.

Meskipun demikian, sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara tradisional dengan keterbatasan pada aspek manajemen, pemasaran digital, literasi keuangan, akses teknologi, dan inovasi produk. Studi pada UMKM Indonesia menunjukkan bahwa kapabilitas digital dan literasi digital berhubungan dengan kinerja digital serta persepsi kinerja keuangan usaha (Kusumawardhani et al., 2023). Penelitian lain juga menegaskan bahwa digitalisasi, kemampuan pemasaran, dan kesiapan organisasi menjadi unsur penting untuk meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM (Wu et al., 2024; Teng et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan PKM dilakukan sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendidikan, pelatihan, dan pendampingan.

Konsep Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat merupakan implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan. Perguruan tinggi berperan sebagai agen perubahan (agent of change) dalam menyelesaikan berbagai permasalahan masyarakat.

Konsep Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat merupakan implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan. Perguruan tinggi berperan sebagai agen perubahan (agent of change) dalam menyelesaikan berbagai permasalahan masyarakat. Teori Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Edi Suharto (2017), pemberdayaan merupakan proses meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu memenuhi kebutuhan, mengambil keputusan, serta mengembangkan potensi yang dimiliki secara mandiri.

Sedangkan Kartasmita (1996) menyatakan bahwa pemberdayaan dilakukan melalui tiga tahapan utama:

1. *Enabling* (menciptakan iklim yang mendukung)
2. *Empowering* (meningkatkan kapasitas masyarakat)
3. *Protecting* (memberikan perlindungan terhadap kelompok lemah)

Teori ini menjadi dasar pelaksanaan program pemberdayaan UMKM di Desa Parage.

Konsep UMKM

Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi karena fleksibilitasnya serta kemampuannya menyerap tenaga kerja.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM berfungsi sebagai:

1. pencipta lapangan kerja;
2. pemerataan pendapatan;
3. pengentasan kemiskinan;
4. penggerak ekonomi daerah.

Pemberdayaan UMKM dipahami sebagai proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok usaha agar mampu mengidentifikasi masalah, memanfaatkan sumber daya, mengambil keputusan, dan mengembangkan usaha secara mandiri. Dalam pendekatan kontemporer, pemberdayaan tidak cukup hanya melalui transfer pengetahuan, tetapi perlu disertai pendampingan, penguatan jaringan, akses teknologi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Pendekatan tersebut relevan untuk kegiatan PKM karena keberhasilan program lebih berkelanjutan ketika masyarakat menjadi pelaku utama dalam proses belajar dan pengambilan keputusan (Farida & Qabandiya, 2022; Muna et al., 2024).

Kapabilitas Digital dan Digitalisasi UMKM

Kapabilitas digital merupakan kemampuan organisasi untuk memanfaatkan teknologi, keterampilan digital, dan strategi yang mendukung proses bisnis. Pada UMKM, digitalisasi dapat mencakup promosi melalui media sosial, marketplace, penggunaan pembayaran digital, pengelolaan informasi pelanggan, hingga integrasi proses bisnis. Teng et al. (2022) menunjukkan bahwa transformasi digital berhubungan dengan kinerja UMKM, sedangkan Kilay et al. (2022) menunjukkan bahwa e-commerce dan e-payment memiliki implikasi terhadap kinerja rantai pasok UMKM di Indonesia. Selain itu, Kusumawardhani et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan digital mendukung kinerja keuangan UMKM, sehingga pelatihan digital perlu dipadukan dengan penguatan kemampuan mengelola transaksi dan informasi keuangan.

Digital Marketing sebagai Kapabilitas Pemasaran

Digital marketing merupakan penggunaan kanal dan teknologi digital untuk menjangkau konsumen, membangun komunikasi, memperkuat merek, dan mendorong transaksi. Bagi UMKM, digital marketing memberikan peluang memperluas jangkauan pasar dengan biaya relatif terukur serta memungkinkan pelaku usaha memperoleh umpan balik konsumen secara lebih cepat. Wu et al. (2024) menegaskan bahwa kinerja digital marketing dipengaruhi oleh inovasi, proaktivitas, kelincahan organisasi, dan kapabilitas manajerial. Temuan kegiatan pengabdian di Indonesia juga memperlihatkan bahwa pelatihan digital marketing membantu UMKM memanfaatkan media digital untuk promosi dan interaksi dengan calon pelanggan (Yulistiawan et al., 2022).

Literasi Keuangan UMKM

Literasi keuangan merupakan kemampuan memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan untuk mengambil keputusan usaha. Pada UMKM, literasi keuangan berhubungan dengan kemampuan menyusun anggaran, mengelola arus kas, menilai kebutuhan modal, serta mengambil keputusan pembiayaan. Yakob et al. (2021) menemukan hubungan positif antara literasi keuangan dan kinerja UMKM, sementara Namasswar et al. (2023) menegaskan pentingnya literasi keuangan bagi keberlanjutan UMKM. Oleh karena itu, pelatihan pencatatan kas dan laporan laba rugi sederhana dalam kegiatan PKM menjadi bagian penting dari peningkatan kapasitas usaha.

Inovasi Produk dan Kinerja UMKM

Inovasi produk dan proses merupakan kemampuan penting bagi UMKM untuk merespons perubahan kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing. Octasyilva et al. (2022) menunjukkan bahwa innovativeness merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja UMKM. Siregar et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi yang mencakup inovasi produk, proses, pasar, dan organisasi dapat meningkatkan kinerja UMKM. Dengan demikian, pendampingan desain kemasan, branding, variasi produk, dan penyempurnaan nilai jual merupakan bagian strategis dari pemberdayaan UMKM di Desa Parage.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode PKM menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal (PRA)* dengan melibatkan masyarakat secara aktif.

Tahapan kegiatan terdiri atas:

1. Observasi lapangan
2. Identifikasi kebutuhan UMKM
3. Penyuluhan kewirausahaan
4. Pelatihan manajemen usaha
5. Pelatihan pemasaran digital
6. Pelatihan pencatatan keuangan sederhana
7. Pendampingan usaha
8. Monitoring dan evaluasi

Peserta kegiatan terdiri atas pelaku UMKM, perangkat Desa Parage, tokoh masyarakat, dan kelompok usaha lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Permasalahan

Hasil observasi menunjukkan beberapa permasalahan utama:

1. pemasaran masih dilakukan secara konvensional;
2. belum memanfaatkan media sosial secara optimal;
3. pencatatan keuangan belum tertata;
4. kemasan produk masih sederhana;
5. minim inovasi produk.

Pelaksanaan Kegiatan

Program dilaksanakan dalam bentuk:

a. Penyuluhan Manajemen Usaha

Peserta diberikan pemahaman mengenai:

1. penyusunan visi usaha;
2. strategi pemasaran;
3. pelayanan pelanggan;
4. pengelolaan modal.



Gambar 1. Pelaku UMKM Tempe

b. Pelatihan Digital Marketing

Materi meliputi:

1. penggunaan WhatsApp Business;
2. Facebook Marketplace;
3. Instagram;
4. Google Maps;
5. marketplace.

Peserta juga diajarkan teknik membuat foto produk yang menarik.

c. Pelatihan Pembukuan

Peserta dilatih menyusun:

1. buku kas;
2. laporan laba rugi sederhana;
3. pencatatan stok barang.

d. Pendampingan Kemasan Produk

Tim membantu UMKM dalam:

1. desain label;
2. branding produk;
3. informasi komposisi;
4. legalitas produk.



Gambar 2. NIB UMKM

Hasil Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan diperoleh hasil:

1. meningkatnya pemahaman peserta mengenai pengelolaan usaha;
2. pelaku UMKM mulai menggunakan media sosial sebagai sarana promosi;
3. peserta mampu membuat laporan keuangan sederhana;

4. kualitas kemasan produk menjadi lebih menarik;
5. meningkatnya motivasi berwirausaha.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dapat diposisikan sebagai proses penguatan kapasitas, bukan sekadar penyampaian materi. Peningkatan pemanfaatan media sosial mencerminkan berkembangnya kapabilitas digital, sedangkan kemampuan menyusun pencatatan keuangan sederhana menunjukkan penguatan literasi keuangan. Temuan ini sejalan dengan studi Kusumawardhani et al. (2023) mengenai hubungan literasi keuangan digital dengan kinerja UMKM, serta penelitian Wu et al. (2024) yang menempatkan kapabilitas manajerial, inovasi, dan proaktivitas sebagai faktor penting dalam efektivitas digital marketing. Pada aspek inovasi, perbaikan kemasan dan branding memperkuat nilai produk dan relevan dengan temuan Octasylya et al. (2022) dan Siregar et al. (2025) tentang pentingnya inovasi terhadap kinerja UMKM.

Sintesis Teoretis

Secara teoretis, hasil kegiatan memperlihatkan keterkaitan antara empat kapabilitas utama, yaitu kapabilitas manajerial, kapabilitas digital, literasi keuangan, dan inovasi. Keempatnya saling menguatkan dalam membangun keberlanjutan usaha. Temuan ini konsisten dengan kajian transformasi digital UMKM yang menekankan peran teknologi, keterampilan digital, strategi transformasi, dan kinerja usaha (Teng et al., 2022), serta dengan perspektif pemasaran digital yang menempatkan kapabilitas manajerial dan inovasi sebagai pengungkit kinerja (Wu et al., 2024). Karena itu, program pemberdayaan sebaiknya dirancang secara terpadu, tidak terpisah antara pelatihan pemasaran, keuangan, dan inovasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Parage, Kecamatan Cikulur, Kabupaten Lebak, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan UMKM mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha. Kegiatan yang dilaksanakan melalui observasi, identifikasi kebutuhan, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam aspek manajemen usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, serta pengembangan kemasan dan branding produk.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai mampu memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi,

menyusun pencatatan keuangan sederhana, memperbaiki tampilan produk, serta meningkatkan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang bersifat partisipatif dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di tingkat desa.

Keberhasilan program juga didukung oleh tingginya partisipasi masyarakat, dukungan Pemerintah Desa Parage, antusiasme pelaku UMKM, serta kerja sama perguruan tinggi. Namun demikian, masih terdapat beberapa hambatan, terutama keterbatasan literasi digital, modal usaha, kualitas jaringan internet, dan waktu pendampingan.

Oleh karena itu, keberlanjutan program pemberdayaan perlu dilakukan melalui pendampingan secara berkala dan terintegrasi dengan melibatkan perguruan tinggi, pemerintah daerah, pemerintah desa, dunia usaha, serta lembaga keuangan. Pendampingan berkelanjutan diharapkan dapat memperkuat kemampuan manajerial, memperluas akses pasar, meningkatkan inovasi produk, dan mendorong UMKM Desa Parage menjadi usaha yang lebih mandiri, inovatif, produktif, dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdurrahman, A., Anggriani, R., & Faizal, R. B. (2021). Optimizing the use of digital marketing for increasing sales volume at MSMEs in Mataram, Indonesia. *Universal Journal of Business and Management*, 1(2), 79–89. <https://doi.org/10.31586/ujbm.2021.114>
- [2] Alam, K., Ali, M. A., Erdiaw-Kwasie, M., Shahiduzzaman, M., Velayutham, E., Murray, P. A., & Wiesner, R. (2022). Impact of ICTs on innovation and performance of firms: Do start-ups, regional proximity and skills matter? *Sustainability*, 14(10), 5801. <https://doi.org/10.3390/su14105801>
- [3] Farida, U., & Qabandiya, M. K. (2022). Community empowerment program in Indonesia. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research*, 2(2), 186–193. <https://doi.org/10.59065/jissr.v2i2.46>
- [4] Homburg, C., & Wielgos, D. M. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 666–688. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00858-7>
- [5] Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The influence of e-payment and e-commerce services on supply chain performance: Implications of open innovation and solutions for the digitalization of MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- [6] Kusumawardhani, R., Ningrum, N. K., & Rinofah, R. (2023). Investigating digital financial literacy and its impact on SMEs' performance: Evidence from Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(12), e04097. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i12.4097>
- [7] Muna, N., Sukresna, I. M., & Praswati, A. N. (2024). Collaborative marketing innovation: How to energize social capital to enhance MSME's performance? *Asian Management and Business Review*, 4(2), 205–220. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol4.iss2.art3>
- [8] Muafi, M., Mohd Sanusi, Z., & Roostika, R. (2023). Digital skills, digital entrepreneurship, job satisfaction, and sustainable performance of MSMEs: A survey on MSMEs in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(2), 465–473. <https://doi.org/10.18280/ijssdp.180215>
- [9] Namasswar, I. G. A. R., Nuryadin, M. F. L., Bate'e, M. M., Sundari, A., & Zebua, S. (2023). Importance understanding literacy finance in building sustainable MSMEs. *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 9(2), 136–142. <https://doi.org/10.37403/financial.v9i2.542>
- [10] Octasyilva, A. R. P., Yuliati, L. N., Hartoyo, H., & Soehadi, A. W. (2022). Innovativeness as the key to MSMEs' performances. *Sustainability*, 14(11), 6429. <https://doi.org/10.3390/su14116429>
- [11] Siregar, M. Y., Sari, W. P., Prayudi, A., & Alfito. (2025). Increasing the MSMEs performance through cutting edge innovation capability. *Jurnal Siasat Bisnis*, 29(1), 41–57. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol29.iss1.art4>
- [12] Teng, X., Wu, Z., & Yang, F. (2022). Research on the relationship between digital transformation and performance of SMEs. *Sustainability*, 14(10), 6012. <https://doi.org/10.3390/su14106012>

- [13] Wu, C.-W., Botella-Carrubi, D., & Blanco-González-Tejero, C. (2024). The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123142>
- [14] Yakob, S., Yakob, R. B., Hafizuddin-Syah, B. A. M., & Rusli, R. Z. A. (2021). Financial literacy and financial performance of small and medium-sized enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72–96. <https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117>
- [15] Yulistiawan, B. S., Wirawan, R., Nugrahaeni, C., & Indarso, A. O. (2022). Development of MSMEs' potential through digital marketing in Pabean Udik Village, Indramayu Regency. *Community Empowerment*, 7(12), 2133–2142. <https://doi.org/10.31603/ce.8212>